Journal of Islamic Economic Law

Vol 1 No. 1 Desember H. 82-93
https://journal.uinsi.ac.id/index.php

Kesadaran Hukum Pengusaha Amplang terhadap Hak Kekayaan Intelektual

Fadlian Nur[1] **Husin**[2]
[1] Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, Ffadli562@gmail.com
[2] Sekolah Tinggi Ilmu Qur'an Rakha Amuntai, hafizhihusinsungkar@gmail.com

Abstrak:
Penelitian ini mengkaji tentang Kesadaran Hukum Pengusaha Amplang Terhadap Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda. Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu, Bagaimanakah kesadaran hukum pengusaha amplang terhadapHak Kekayaan Intelektual (HKI) di Kota Samarinda dan apa saja faktor pendukung dan penghambat pengusaha amplang dalam mendaftarkan usahanya kepada Dirjen Hak KekayaanIntelektual di Kota Samarinda. Berdasarkan masalah yang disajikan penelitian ini menggunakan jenis penelitian empiris dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mendapatkan informasi sebagaimana adanya yang terjadi di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran hukum pengusaha amplang terhadap Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda masih belum maksimal. Faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran hukum pendaftaran merek pengusaha amplang di Kota Samarinda adalah faktor tinggi rendahnya pendidikan dari pengusaha, kurangnya pengetahuan mengenai pendaftaran merek dimana mereka belum memiliki kesadaran yang aktif untuk mencari informasi terkait pendaftaran merek, dan rendahnya sosialisasi pemerintah.

Kata Kunci : Kesadaran hukum, pengusaha, hak kekayaan intelektual

A. Pendahuluan

Setiap daerah di Indonesia pasti memiliki kuliner yang menjadi ciri khas daerah tersebut. Perkembangan kuliner khas pun tumbuh menjadi bisnis yang cukup menjanjikandi Indonesia. Hal ini dikarenakan kebiasaan masyarakat Indonesia yang membawa oleh-oleh khas dari suatu daerah yang mereka kunjungi untuk dibawa pulang. Kota Samarinda yang terkenal dengan sebutan Kota Tepian merupakan salah satu tempat wisata di Provinsi Kalimantan Timur yang terkenal dengan makanan khas nya yaitu Amplang. Amplang telah menjadi usaha industri rumahan yang sudah berkembang sejak tahun 1970-an. Usaha produksi ini kemudian diwariskan secara turun-temurun oleh pengusaha amplang di Kota Samarinda. Saat ini pengusaha amplang sudah menjamur di Kota Samarinda dan memiliki kekhasan masing-masing-masing, seperti jenis ikan, merek dan sebagainya.[1]

[1]Marsudi, "Seputar amplang penganan khas kaltim dari cara buat hingga daftar toko amplang di samarinda" dalam https://kaltim.tribunnews.com/ , di akses tanggal 22 Juli 2021.

Untuk membuat suatu produk itu menjadi dikenal oleh umum maka harus diimbangi dengan merek yang sesuai dengan aturan hukum, agar merek yang diperkenalkan tersebut tidak mengganggu merek pengusaha lainnya.[2] Pembuatan merek sebagai upaya membudayakan penghargaan terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI) yang sekarang juga singkatannya dikenal dengan sebutan HKI.HKI atau Hak atas Kekayaan intelektual adalah hak eksklusif yang diberikan hukum atau peraturan kepada seseorang atau kelompok orang atas karya ciptanya. HKI merupakan hak yang diberikan oleh pemerintah bagi pengusaha-pengusaha baik perorangan maupun yang berbadan hukum terhadap kekreatifannya untuk menghasilkan karya-karya inovatif yang dapat diterapkan dalam kehidupan manusia. Sistem HKI merupakan hak privat (*private rights*). Seseorang bebas untuk mengajukan permohonan atau mendaftarkan karya intelektualnya atau tidak. Hak ekslusif yang diberikan negara kepada individu pelaku Hak Kekayaan Intelektual (Inventor, pencipta, pendesain dan sebagainya) tiada lain dimaksud dengan sebagai penghargaan atas hasil karya (kreativitas) dan agar orang lain tergerak untuk dapat lebih lanjut mengembangkannya lagi, sehingga dengan sistem HKI tersebut kepentingan masyarakat ditentukan melalui mekanisme pasar.[3]

Di dalam Al-Quran, hak dihubungkan dengan beberapa kata yang berasal dari bahasa Arab yaitu *haqq* yang memiliki makna ketetapan atau kewajiban atau kepastian. Hal ini bisa dipahami dari firman Allah dalam Surah Yâsîn (36) ayat 7 dan al-Anfâl (8) ayat 8. Terjemah : *"Sesungguhnya telah pasti berlaku perkataan (ketentuan Allah) terhadap kebanyakan mereka, kerena mereka tidak beriman"* begitu pula dijelaskan dalam surah Al-Anfâl (8) ayat 8 :[4] Terjemah : *"Agar Allah menetapkan yang hak (Islam) dan membatalkan yang batil (syirik) walaupun orang-orang yang berdosa (musyrik) itu tidak menyukainya"*

Sedangkan secara istilah, hak mempunyai beberapa arti. 'Alî Khafîf mengemukakan bahwa hak adalah sebuah kemaslahatan yang boleh dimiliki secara *syar'î*. Musthafâ Ahmad Al-Zarqâ mengartikan hak sebagai sebuah keis timewaan yang dengannya syarak menetapkan sebuah kewenangan (otoritas) atau sebuah beban (*utility*).[5] Dalam ajaran Islam, hak merupakan pemberian Ilahi yang disandarkan pada sumber-sumber yang dijadikan dalam menentukan hukum-hukum syarak. Maka dari itu sumber dari hak adalah kehendak atau ketentuan hukum syarak. Kalau dirunut secara hakiki maka sebenarnya tiada sumber hak kecuali Allah, karena tiada hakim (pembuat keputusan) selain Dia dan tidak ada yang berhak mensyariatkan sesuatu kecuali Allah. Untuk itu manusia memiliki kewajiban untuk menghormati hak orang lain, dan tidak ada kewenangan untuk merusak atau menginjak-injaknya.[6] Mengenai Hak Kekayaan Intelektual ini sangat rentan dengan pengambil alihan suatu merek atau bahan industri, dimana setiap ide-ide dan kreatif yang tercipta dari seseorang atau sekelompok orang

[2]Irene Svinarky dkk, "Efektivitas Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis terhadap Daftar Merek Usaha Dagang Industri Kecil dan Menengah", dalam Jurnal *Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal),* Vol. 7 No. 1 Mei 2018, h. 64

[3] Anis Mahdurohatun, *Hak Kekayaan intelektual (HKI) dalam perspetif sejarah di Indonesia.* Semarang: Madinah Semarang. 2013, h.6

[4]Kementrian Agama Republik Indonesia,*Al-Quran dan Terjemah*,(Bandung: Quranidea, 2007), h.177

[5]Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), h. 2.

[6]Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008) h. 4.

sebagai bentuk dari pola fikir atau kemampuan intelektual manusia yang berguna dan memberi dampak baik dari berbagai aspek perlu diakui dan dilindungi. Untuk itu diperlukan wadah yang dapat membantu dan menaungi atau melindungi karya-karya dan ide cemerlang yang kreatif tersebut[7].

Undang-Undang Merek Nomor 19 Tahun 1992 sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 dan terakhir diubah dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Namun seiring perkembangan zaman Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 masih belum dapat mencukupi kebutuhan masyarakat dibidang merek dan indikasi geografis, dan terdapat kekurangan yang belum menjamin perlindungan potensi ekonomi lokal dan nasional, sehingga diterbitkanlah Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Merek merupakan suatu tanda pembeda atas barang atau jasa bagi suatu perusahaan satu dengan yang lainnya. Sebagai tanda pembeda maka merek dalam satu klasifikasi barang atau jasa tidak boleh memiliki persamaan antara satu dengan yang lainnya, baik pada keseluruhan maupun pada pokoknya. Merek dagang yaitu merek yang digunakan atau ditempelkan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang atau badan hukum. Merek dagang digunakan oleh penyedia, pelayanan, pengecer, dan lain sebagainya. Merek dagang juga untuk menetapkan nilai terhadap produk- produk bermerek milik mereka sendiri.[8]

Namun perlindungan hukum terhadap merek tidak akan berjalan secara efektif tanpa adanya kesadaran hukum oleh pengusaha itu sendiri. Kesadaran hukum merupakan salah satu faktor penting yang perlu didorong. untuk mencapai kondisi yang kondusif bagi tumbuh berkembangnya kegiatan perdagangan dalam skala nasional. Kesadaran hukum yang dimaksud diantaranya adalah kesadaran untuk mendaftarkan merek dagang mereka demi mendapatkan perlindungan hukum dan menghindari adanya hal yang merugikan usaha mereka. Para pengusaha setidaknya memiliki informasi yang cukup untuk mengetahui bagaimana hukum mengatur tentang Hak Kekayaan Intelektual dan merek.

Di Kota Samarinda terdapat banyak pengusaha amplang yang cukup terkenal. Pembicaraan mengenai amplang yang menjadi komoditas perdagangan tidak lepas dari merek dagang yang melekat ke dalam produk amplang tersebut tersebut. Untuk mendapatkan hak merek atas merek tersebut mereka harus didaftarkan terlebih dahulu. Pendaftaran merek dilakukan di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual atau disingkat Dirjen HKI di bawah naungan Kementrian Hukum dan HAM. Semua peraturan perundang- undangan yang mengatur tentang merek tersebut bertujuan untuk meindungi merek dari hal-hal yang merugikan pemilik.

Berdasarkan hasil observasi tidak semua pengusaha amplang di Kota Samarinda mengetahui keberadaan hukum. Dalam hal ini adalah Undang-undang No 20 Tahun

[7]Saidin, *Aspek Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual*,(Jakarta: Raja Grafindo 1997)h.125.

[8]Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual,* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009) h.108.

2016 tentang Merek dan peraturan pelaksanaannya. Para pengusaha yang memiliki merek dagang memiliki tingkat kesadaran hukum yang berbeda-beda. Dalam kaitannya dengan tingkat kesadaran hukum tersebut, apabila dikaji secara mendalam maka akan diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kesadaran hukum mengenai pendaftaran merek.

B. Metodologi Penelitian

Berdasarkan masalah yang disajikan penelitian ini menggunakan jenis penelitian empiris dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mendapatkan informasi sebagaimana adanya yang terjadi di lapangan. Penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yangdiamati. Deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menguraikan semua persoalan yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.[9] Penelitian ini dimaksudkan untuk memaparkan dan menggambarkan semua peristiwa dan pengalaman yang dialami penulis selama melakukan penelitian di tempat pengusaha amplang yang berlokasi penelitian di 10 Toko Amplang di kota Samarinda, Kalimantan Timur.

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data itu diperoleh dalam penelitian ini penulis menggunakan 2 sumber data.[10] Yaitu : sumber data primer dan sumber data sekunder. Dalampenulisan ini sumber data primer yaitu Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Sumber data sekunder merupakan sumber data yang bukan dokumen-dokumen resmi yang erat kaitannya dengan sumber data primer. Seperti, buku-buku, kamus-kamus, jurnal atau hasil penelitian[11]. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu, yaitu antara lain: buku hak kekayaan intelektual, jurnal hukum mengenai Hak Kekayaan Intelektual serta skripsi dan artikel ilmiah yang ada relevansinya dengan materi yang dibahas.

Pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan observasidi 10 tempat usaha amplang yang berada di Jalan Slamet Riyadi, Jalan Pangeran Antasari dan Jalan Kemuning. Wawancara bersama 10 pemilik toko amplang dan dokumentasi toko-toko Amplang di Kota Samarinda.

C. Pembahasan dan Hasil Penelitian

1. Kesadaran Hukum Pengusaha Amplang TerhadapHak Kekayaan Intelektual (HKI) di Kota Samarinda

Berdasarkan pengamatan langsung dilapangan dengan pengusaha amplangdi Kota Samarindabahwa terdapat toko yang memproduksi amplang sendiri dan memasarkannya langsung, ada yang hanya memasarkan produk lain tanpa memproduksi amplang dan ada

[9]Sukandarrumidi, *Metodelogi Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Penelitian Pemula, cetakan ke- 4,* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2012), h.104.

[10] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek,* (Jakarta: PT Renika Cipta, 2006), h. 129

[11] Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum,* (Jakarta: PT Perdana Media Group, 2011), h. 155

Vol 1 No. 1 Desember H. 82-93
https://journal.uinsi.ac.id/index.php/ghaly

juga yang hanya memproduksi amplang dan tidak memasarkan secara langsung. Maka penulis melakukan penelitian di 10 Toko Amplang di Kota Samarinda yang memproduksi dan memasarkannya secara langsung. Adapun identitas pemilik toko Amplang di Kota Samarinda yang menjadi reseponden yaitu sebagai berikut :

No	NAMA	USIA	JENIS KELAMIN	PENDIDIKAN	MEREK	LOKASI
1	Vina	19	Wanita	SMA	Amplang Vera	Jl. Slamet Riyadi no.11 RT. 15
2	Jubaidah	53	wanita	SMA	Amplang Indah Sari	Jl. Slamet Riyadi RT. 15 No. 18
3	Nur Jannah	60	Wanita	SMA	Amplang yulia	Jl. Slamet Riyadi RT.16 No.49
4	Hj.Zahratun Nisa	57	Wanita	SMA	Usaha Ibu Hj. Nisa	Jl. Pangeran Antasari
5	Hamsawi	51	Laki-laki	SMA	Amplang Afif	Jl. Slamet Riyadi Gg.5 RT. 16 No. 32A
6	Pida	27	Wanita	SMK	Noor Fajar Pagi	Jl. Slamet Riyadi No. 15 RT. 15
7	Tasya Azahrah	20	Wanita	S1	UD. Taufik Jaya Makmur	Jl. Kipas No. 38 RT. 19
8	Yudha	26	Laki-laki	S1	Pesona Rasa	Jl. Slamet Riyadi No. 26 RT. 40
9	Marsinah	40	Wanita	SD	Amplang Ibu Marsha	Jl. Kemuning Loa bakung No.5 RT.1
10	Akmal	47	Laki-laki	SMA	Amplang Akmal	Jl. Slamet Riyadi No. 29 RT.17

Dengan tingginya kesadaran hukum masyarakat maka masyarakat menaati ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku, begitu pula sebaliknya apabila derajat kesadaran hukumnyarendah maka derajat ketaatan terhadap hukum juga rendah. berdasarkan indikator kesadaran hukum menurut Soerjono Soekanto, yaitu antara lain;

1) Pengetahuan Tentang Peraturan Hukum

Pengetahuan tentang peraturan hukum adalah pengetahuan seseorang mengenai beberapa perilaku tertentu yang diatur oleh hukum,yang dimaksud di sini adalah hukum tertulis dan hukum tidak tertulis[12]. Pengetahuan tersebut berkaitan dengan perilaku yang dilarang ataupun perilaku yang tidak diperbolehkan oleh hukum. Pengetahuan hukum erat kaitannya dengan asumsi bahwa masyarakat dianggap mengetahui isi suatu peraturan dimana peraturan tersebut telah diundangkan.

Selanjutnya mengenai pengetahuan hukum pengusaha amplang di Kota Samarinda dapat digambarkan dalam table berikut:

No	Nama	Pengetahuan tentang keberadaan UU Merek	Pengetahuan HukumTentang Mendapatkan Hak Merek	Cara Mendapatkan Informasi
1.	Vina	Ya	Tidak	Media Sosial
2.	Jubaidah	Tidak	Tidak	-
3.	Nur Jannah	Tidak	Tidak	-
4.	Hj. Zahratun Nisa	Ya	Ya	Kerabat
5.	Hamsawi	Ya	Ya	Kerabat
6.	Tasya Azahrah	Ya	Ya	Media Sosial
7.	Yudha	Ya	Tidak	Media Ssoial
8.	Marsinah	Tidak	Tidak	-
9.	Akmal	Tidak	Tidak	-
10.	Pida	Tidak	Tidak	-

Berdasarkan hasil wawancara dengan 10 responden, maka responden yang mengatakan bahwa mereka mengetahui bahwa pendaftaran merek diatur di dalam sistem perundang- undangan sebanyak 2 orang, yaitu pemilik toko amplang dengan merek "Pesona Rasa" dan "Amplang Vera". Namun pengetahuan mereka mengenai pendaftaran merek hanya sebatas pendaftaran merek yang diatur dalam sistem perundang-undangan hukum di Indonesia. Tidak mengetahui secara pasti perundang-undangan yang mana yang mengatur mengenai pendaftaran merek. Responden yang mengetahui keberadaan merek diatur dalm perundang-undangan danmengetahui tentang mendapatkan hak merek sebanyak 3 orang, yaitu pengusaha Amplang dengan merek “Amplang Afif” , "UD . Taufik Jaya Makmur” dan "Ampang Hj.Nisa".Sedangkan 5 pengusaha lainnya tidak mengetahui keberadaan merek diatur dalm perundang-undangan dan mengetahui tentang mendapatkan hak merek.

[12]Soerjono Soekanto, *Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum*, (Jakarta: Rajawali, 1982) h.159

Journal of Islamic Economic Law
Vol 1 No. 1 Desember H. 82-93
https://journal.uinsi.ac.id/index.php/ghaly

2) Pemahaman Tentang Isi Peraturan Hukum

Pemahaman tentang isi pertauran hukum adalah sejumlah informasi yang dimiliki seseorang mengenai isi peraturan dari suatu hukum tertentu[13]. Dengan perkataan lain pemahaman hukum adalah suatu pengertian terhadap isi dan tujuan dari suatu peraturan dalam suatu hukum tertentu, tertulis maupun tidak tertulis, serta manfaatnya bagi pihak- pihak yang kehidupannya diatur oleh peraturan tersebut.

Selanjutnya mengenai pemahaman hukum pengusaha amplang di Kota Samarinda dapat digambarkan dalam table berikut;

No	Nama	Memahami Pengertian dan Tujuan Merek	Memahami Hukum terhadap Undang-Undang Merek
1.	Vina	Ya	Tidak
2.	Jubaidah	Ya	Tidak
3.	Nur Jannah	Tidak	Tidak
4.	Hj. Zahratun Nisa	Ya	Tidak
5.	Hamsawi	Ya	Tidak
6.	Tasya Azahrah	Ya	Tidak
7.	Yudha	Ya	Tidak
8.	Marsinah	Ya	Tidak
9.	Akmal	Ya	Tidak
10.	Pida	Ya	Tidak

Berdasarkan hasil wawancara maka jumlah Pengusaha Toko Amplang yang mengetahui tentang merek adalah sebanyak 9 responden yang mengetahui pengertian dan tujuan dari merek. Yaitu merek adalah identitas agar produk merek mudah dikenal masyarakat[14].Walaupun para responden tersebut tidak persis mendefinisikan pengertian merek berdasarkan isi undang-undang, tetapi mereka mengetahui inti dari pengertian merek tersebut. Pengertian dari merek sendiri menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susuanan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa[15]. Namun, berdasarkan hasil pemahaman hukum terhadap undang-undang merek, tidak ada pengusaha yang memahami isi dari Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

[13]Soerjono Soekanto, *Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum*, (Jakarta: Rajawali, 1982) h.159

[14]Yudha (Pesona Rasa), *Wawancara*, Samarinda, 14 September 2021

[15]Tim redaksi, *Himpunan Lengkap Undang-Undang Hak Cipta, Paten, Merek Dan Indikasi*

Geografis Serta Hak Kekayaan Intelektual (Yogyakarta: Laksana, 2018) h.332

Isi pemahaman yang dimaksud dalam hal ini antara lain mengenai jangka waktu perlindungan merek terdaftar yaitu selama sepuluh (10) tahun sejak tanggal penerimaan, menurut ketentuan isi Pasal 35Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Kemudian pemahaman tentang mengenai biaya pendaftaran merek menurut Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2009 tentang Jenis Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang berlaku pada Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia. Serta sanksi terhadap penggunaan suatu merek tanpa izin terhadap merek yang sudah terdaftar. Seperti yang diatur dalam Pasal 100 Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Pemahaman hukum tidak disyaratkan seseorang harus terlebih dahulu mengetahui adanya suatu aturan tertulis yang mengetur sesuatu hal. Akan tetapi yang dilihat disini adalah bagaimana persepsi mereka dalam menghadapi berbagai hal, dalam kaitannya dengan norma-norma yang ada dalam masyarakat. Persepsi ini biasanya diwujudkan melaui sikap mereka terhadap tingkah laku sehari-hari. Pemahaman hukum ini dapat diperoleh apabila peraturan tersebut dapat atau mudah dimengerti oleh warga masyarakat.

3) Sikap Terhadap Peraturan Hukum

Sikap terhadap peraturanhukum adalah suatu kecenderungan untuk menerima hukum karena adanya penghargaan terhadap hukum sebagai sesuatu yang bermanfaat atau menguntungkan jika hukum itu ditaati.[16] Sebagaimana terlihat bahwa kesadaran hukum berkaitan dengan nilai-nilai yang terdapat dimasyarakat. Suatu sikap hukum akan melibatkan pilihan warga terhadap hukum yang sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam dirinya sehingga akhirnya warga masyarakat menerima hukum berdasarkan penghargaan terhadapnya.[17] Berdasarkan hasil wawancara dengan pengusaha Amplang di Kota Samarinda, maka jumlah responden yang menganggap bahwa mendaftarkan merek itu penting adalah 10 responden.Selanjutnya mengenai sikap hukum pengusaha amplang di Kota Samarinda dapat digambarkan dalam table berikut;

No	Nama	Menyadari pentingnya pendaftaran Merek
1.	Vina	Ya
2.	Jubaidah	Tidak
3.	Nur Jannah	Tidak
4.	Hj. Zahratun Nisa	Ya
5.	Hamsawi	Ya
6.	Tasya Azahrah	Ya
7.	Yudha	Ya
8.	Marsinah	Ya
9.	Akmal	Tidak
10.	Pida	Tidak

[16]Soerjono Soekanto, *Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum*, (Jakarta: Rajawali, 1982) h.159

[17]Otje Salman, *Teori Hukum*, (Bandung : Refika Aditama 2008) h.58

Journal of Islamic Economic Law
Vol 1 No. 1 Desember H. 82-93
https://journal.uinsi.ac.id/index.php/ghaly

Berdasarkan hasil wawancara jumlah responden yang menganggap bahwa mendaftarkan merek itu penting adalah 6 responden, sedangkan yang menganggap bahwa mendaftarkan merek itu tidak penting adalah 4 responden. Responden yang menyatakan bahwa mendaftarkan merek itu penting karena alasan untuk menunjukkan identitas mereka dan membedakan dengan merek yang lainnya dan sebagai adanya kewaspadaan bahwa merek dagang tersebut akan ditiru oleh pengusaha lain.

Apabila konsumen itu sudah mengenal merek suatu produk, maka konsumen tersebut akan mencermati kualitas barang dari merek tersebut, sehingga pengusaha tersebut akan berusaha untuk menjaga kualitas barang agar tetap dipilih konsumen sehingga apabila pengusaha mendaftarkan mereknya, maka akan mempengaruhi kenaikan penjualannya.[18]Sedangkan menurut reponden yang mengatakan tidak penting karena dengan alasan pendaftaran merek tidak mempengaruhi penjualan Amplang mereka, tanpa mendaftarkan merek pun produk mereka tetap terjual dipasaran dan yang terpenting menurut mereka ialah mendapatkan keuntungan.

4) Pola Perilaku Hukum

Pada indikator yang keempat ini, yaitu pola-pola perilaku hukum yang diharapkan adalah dengan adanya Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis adalah dapat mempengaruhi tingkat pemakaian merek pada produk Amplang yang dihasilkan dan disertai dengan pendaftaran merek tersebut ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual(DJHKI).Adapun merek yang didaftarkan haruslah mereksendiri yang bukan merupakan merek milik pihak lain. Hanya orang yangdidaftarkan sebagai pemilik yang dapat memakai dan memberikan oranglain hak untuk memakai (dengan sistem lisensi). Jika tidak didaftarkan, tidak ada perlindungansama sekali karena tidak ada hak atas merek.

No	Nama	Memiliki Merek Sendiri	Terdaftar dalam HKI
1.	Vina	Ya	Tidak
2.	Jubaidah	Ya	Tidak
3.	Hj. Zahratun Nisa	Ya	Tidak
4.	Hamsawi	Ya	Tidak
5.	Tasya Azahrah	Ya	Tidak
6.	Yudha	Ya	Tidak
7.	Marsinah	Ya	Tidak
8.	Akmal	Ya	Tidak
9.	Nur Jannah	Ya	Tidak
10.	Pida	Ya	Tidak

[18]Marsinah (Amplang Ibu Marsah), *Wawancara*,Samarinda 15 September 2021

Vol 1 No. 1 Desember H. 82-93
https://journal.uinsi.ac.id/index.php/ghaly

Dari hasil penelitian penulis maka ada 10 responden yang menggunakan merek sendiri pada produknya. Hal ini dikarenakan mereka ingin menunjukkan merek mereka agar lebih dikenal oleh konsumen. Terlebih lokasi tempat usaha mereka merupakan tempat wisata yang dikenal sebagai kampung Amplang. Namun, berdasarkan hasil wawancara dengan 10 responden belum ada yang mendaftarkan merek usaha mereka ke Dirjen Hak Kekayaan Intelektual(DJHKI). Alasan mengapa lebih banyak responden yang

belum mendaftarkan merek usaha mereka dikarenakan bahwa mereka tidak mengetahui cara mendaftarkan merek.[19] Para responden tidak mengetahui cara mendaftarkan merek karena mereka tidak mendapat sosialisasi dari pemerintah serta kurangnya informasi dari surat kabar ataupun dari kerabat. Selain itu mereka juga tidak mempunyai keinginan untuk mencari tahu mengenai cara mendaftarkan merek.

Alasan lain mengapa para pengusaha tidak mendaftarkan merek usahanya karena mereka berpendapat bahwa merek tidak perlu didaftarkan.[20] Tanpa mendaftarkan merek para konsumen sudah datang sendiri ke tempat usahanya dikarenakan tempat usahanya merupakan daerahkampung amplang.Mereka tidak mempermasalahkan apabila merek usaha mereka ditiru ataudigunakan oleh pihak lain. Yang terpenting bagi mereka adalah merekatetap memperoleh keuntungan dan usahanya tetap berjalan.[21] Selain ituadanya rasa sungkan diantara mereka untuk mendaftarkan merek. Rasa sungkan tersebut dikarenakan para pengusaha melihat pengusaha yang lainnya yang lokasi usahanya memang saling berdekatan juga tidak mendaftarkan merek usahanya, sehingga mereka sungkan untuk mendaftarkan merek sendiri sedangkan responden yang berada disekitarnya tidak mendaftarkan merek usahanya.[22]Selain alasan tersebut ada juga pengusaha yangbelum sempat untuk mendaftarkan merek mereka karena kesibukan dalam membuka tempat usaha dan tidak dapat meninggalkan pekerjaannya, padahal mereka sangat ingin mendaftarkannya.

Sehingga dapat dikatakan bahwa alasan para responden belum mendaftarkan merek karena kurangnya pengetahuan para responden mengenai pendaftaran merek. Berdasarkan data dari hasil penelitian, maka kesadaran hukum pengusaha Amplangdi Kota Samarinda masih belum maksimal, hal ini dikarenakantidak ada responden yang mendaftarkan merek mereka ke Dirjen Hak Kekayaan Intelektual (DJHKI).

2. **Faktor Pendukung dan Penghambat Pengusaha Amplang Dalam Mendaftarkan Usahanya Kepada Hak KekayaanIntelektual di Kota Samarinda**

1) Faktor Pendukung

a) Pendidikan

Dari segi pendidikan dapat dilihat dari tinggi nya tingkat pendidikan pengusaha.Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa dari 10 responden hanya 3 yang memiliki tingkat kesadaran yang tinggi, karena ketiga pemilik toko tersebut berpendidikan sarjana 2 orangyaitu Tasya Azahrah pemilik Toko Amplang UD. Taufik Jaya Makmur, Yudha pemilik Toko Amplang Pesona

[19]Hamsawi (Amplang Afif), *Wawancara*,Samarinda 31Agustus 2021
[20]Pida (Noor Fajar Pagi), *Wawancara*, Samarinda 31 Agustus 2021
[21]Zahratun Nisa (Usaha Ibu Hj. Niasa), *Wawancara* Samarinda 29 Agustus 2021
[22]Ibu Nur Jannah (Amplang Yulia),*Wawancara*Samarinda 29 Agustus 2021

Rasadan ada juga yang memiliki kesadaran tentang pendaftaran merek walaupun berpendidikan lulusan SMA atau sederajat, sebanyak 1 orang yaitu Ibu Hj. Nisaselaku Pemilik Toko Amplang Usaha Ibu Hj. Nisa.

b) Pengetahuan

Faktor pengetahuan juga mendukung kesadaran hukum pengusaha amplang di Kota Samarinda. Seperti 5 responden yang memiliki pengetahuan yaituTasya Azahra selaku pemilik Toko Amplang UD. Taufik Jaya Makmur, Vina pemilik Toko Amplang Vera, Yudha pemilik Toko Amplang Pesona Rasamereka memiliki tingkat kesadaran yang tinggi karena pengetahuan yang didapatkan dari masing-masing responden yaitu melalui media sosial. SertaIbu Hj. Zahratun Nisa selaku Pemilik Toko Amplang Usaha Ibu Hj. Nisa dan Bapak Hamsawi pemilik Toko Amplang Afif, mereka memiliki tingkat kesadaran yang tinggi karena pengetahuan yang didapatkan melalui kerabat.

c) Pemerintah

Pemerintah telah membuat peraturan mengenai pendaftaran hak merek dan menetapkan Dirjen Hak Kekayaan Intelektual sebagai badan yang menaungi perihal pendaftaran merek. Sesuai dengan Keputusan Presiden Nomor 189 Tahun 1998, Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia dan Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual telah ditugasi melakukan koordinasi dengan semua instansi Pemerintah yang berkompeten mengenai segala kegiatan dan permasalahan di bidang hak kekayaan intelektual.

2) Faktor penghambat

Adapun faktor penghambat dari kesadaran hukum pelaku usaha amplang terhadap hak kekayaan intelektual adalah sebagai berikut:

a) Pendidikan

Adapun faktor penghambat yang menjadi sebab rendahnya kesadaran hukum karena tingkat pendidikan yang rendah. Dari hasil penelitian sebanyak 7 orang yaitu seperti Ibu Nur Jannah selaku pemilik toko amplang Yulia, Ibu Jubaidah selaku pemilik toko Amplang Indah Sari, Ibu Marsinah selaku pemilik toko Amplang marsinah, Bapak Akmal selaku pemilik toko Amplang Akmal, Ibu Pida selaku pemilik toko Amplang Noor Fajar Pagi, mereka memiliki tingkat kesadaran hukum yang rendah karena mereka memiliki kelulusan SMP dan SMA sederajat.

b) Pengetahuan

Adapun faktor penghambat para pengusaha yang belum mendaftarkan

merek usahanya dikarenakan karena faktor kurangnya pengetahuan mengenai

pendaftaran merek. Berdasarkan hasil penelitian maka tidak ada yang mengetahui bahwa tata cara pendaftaran merek itu diatur di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Di sisi lain para pengusaha juga belum memiliki kesadaran yang aktif untuk mencari informasi terkait pendaftaran Merek secara lengkap.Responden lainnya seperti Ibu Nur Jannah selaku Pemilik Toko Amplang Yulia, Ibu Jubaidah selaku pemilik Toko Amplang Indah Sari, ibu Marsinah selaku pemilik toko Amplang Marsinah, Bapak Akmal selaku pemilik toko Amplang Akmal, Ibu Pida selaku pemilik Toko Amplang Noor Fajar Pagi, mereka memiliki tingkat kesadaran hukum yang rendah karena

tidak mengetahui sama sekali tentang Hak Kekayaan Intelektual. Hal ini dikarenakan tradisi turun temurun dari orang tuanya yang merupakan pengusaha Amplang

c) Pemerintah

Adapun faktor penghambat dari pemerintah bahwa beradasarkan hasil penelitian bahwa para pengusaha belum mendapatkan sosialisasi mengenai merek secara jelas dari Dirjen Hak Kekayaan Intelektual Kota Samarinda. Tentu saja pengetahuan dari sumber tersebut tidak lengkap dibandingkan dengan informasi berasal dari sosialisasi pemerintah. Para pengusaha mendapatkan informasi mengenai pendaftaran merek hanya sebatas mengetahui dari media cetak maupun elektronik dan dari kerabat. Masih rendahnya peran pemerintah dalam mengadakan kegiatansosialisasi mengenai merek kepada para pengusaha di Kota Samarinda jelas sangat merugikan para pengusaha walaupun mereka tidak menyadari hal tersebut.

D. Kesimpulan

1. Berdasarkan indikator kesadaran hukum yang dikemukakan oleh Soerjono Soekanto yang meliputi pengetahuan hukum, pemahaman hukum, sikap hukum, dan pola perilaku hukum, hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran hukum pengusaha amplang terhadap Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda masih belum maksimal, beberapa pengusaha telah mengetahui pengertian dan tujuan dari merek pengetahuan walaupun para responden tersebut tidak persis mendefinisikan pengertian merek dan tujuan merek berdasarkan isi undang-undang. Para pengusaha mengetahui mengenai pendaftaran merek hanya sebatas pendaftaran merek yang diatur dalam sistem perundang-undangan hukum di Indonesia. Namun dari 10 pengusaha Amplang yang menjadi responden belum ada yang mendaftarkan merek mereka kepada Dirjen Hak Kekayaan Intelektual.
2. Faktor pendukung dan penghambat pengusaha amplang dalam mendaftarkan usahanya kepada Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda antara lain, pertama faktor pendidikan bahwa seseorang yang berpendidikan tinggi akan sadar betapa pentingnya pendaftaran merek pada usaha amplang mereka sedangkan yang memiliki tingkat pemdidikan rendah menjadi faktor penghambat kesadaran mereka. Kedua yaitu faktor pengetahuan, beberapa pengusaha telah memperoleh informasi dari kerabat maupun media sosial, adapun faktor penghambat pendaftaran merek usaha mereka dikarenakan faktor kurangnya pengetahuan

mengenai informasi pendaftaran merek.Faktor yang ketiga yaitu peran pemerintah,peran pemerintahdalam medukung kesadaran masyarakat untuk mendaftarkan merek usaha telah dilakukan dengan dibentuknya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dan menetapkan Dirjen Hak Kekayaan Intelektual sebagai badan yang menaungi perihal pendaftaran merek. Namun sosialisasi pemerintah Kota Samarinda khususnya Dirjen Hak Kekayaan Intelektual masih belum maksimal, sehingga menjadi faktor penghambat untuk mendukung para pengusaha untuk mendaftarkan merek usahanya

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi . *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.* Jakarta: PT Renika Cipta. 2006

Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum.* Jakarta: PT Perdana Media Group. 2011

Mas, Marwan. *Pengantar Ilmu Hukum.* Bogor: Ghalia Indonesia. 2014

Mashdurohatun, Anis. *Hak Kekayaan intelektual (HKI) dalam perspetif sejarah di Indonesia.* Semarang: Madinah Semarang. 2013.

Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007

Saidin, *Aspek Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual.* Jakarta: Raja Grafindo. 1997 Salman, Otje. *Teori Hukum.* Bandung : Refika Aditama 2008

Soekanto, Soerjono. *Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum.* Jakarta: Rajawali. 1982

Sukandarrumidi, *Metodelogi Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Penelitian Pemula, cetakan ke-4.* Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2012

Sutedi, Adrian. *Hak Atas Kekayaan Intelektual.* Jakarta: Sinar Grafika. 2009

Tim Redaksi. *Himpunan Lengkap Undang-Undang Hak Cipta, Paten, Merek Dan Indikasi Geografis Serta Hak Kekayaan Intelektual*. Yogyakarta: Laksana. 2018

Svinarky, Irene dkk. Efektivitas Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis terhadap Daftar Merek Usaha Dagang Industri Kecil dan Menengah, dalam Jurnal *Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal).* Vol. 7 No. 1 Mei 2018

Marsudi,https:// kaltim.tribunnews.com/ seputar-amplang-penganan-khas kaltim-dari-cara-buat-hingga-daftar-toko-amplang-di-samarinda. di akses 22 Juli2021

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

Keputusan Presiden Nomor 189 Tahun 1998 tentang Pencabutan Keputusan Presiden No. 34 Tahun 1986.